

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA**

Evidenčné číslo: 102004/B/2023/36145173624019460

**Vplyv baby-friendly hotelov v cestovnom ruchu
na Slovensku**

Bakalárska práca

2023

Barbora Pospíšilová

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA**

**Vplyv baby-friendly hotelov v cestovnom ruchu
na Slovensku**

Bakalárska práca

Študijný program: podnikanie v cestovnom ruchu a službách

Študijný odbor: ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: katedra cestovného ruchu

Vedúci záverečnej práce: Chlpek, Samuel, Ing.

Bratislava, 2023

Barbora Pospíšilová

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že predkladanú bakalársku prácu „Vplyv baby-friendly hotelov v cestovnom ruchu na Slovensku“ som vypracovala samostatne, podľa vlastných teoretických poznatkov a pod odborným vedením školiteľa bakalárskej práce. Všetky použité zdroje označujem v texte a uvádzam ich v zozname použitej literatúry.

Bratislava, 2023

.....

Barbora Pospíšilová

Pod'akovanie

Ďakujem patrí aj vedúcemu záverečnej práce pánovi Ing. Samuelovi Chlpekovi za jeho odborné vedenie, neoceniteľné rady a usmernenia, ktorými prispel k vypracovaniu tejto záverečnej práce počas konzultačných hodín.

ABSTRAKT

POSPÍŠILOVÁ, Barbora: *Vplyv baby-friendly hotelov v cestovnom ruchu na Slovensku*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; katedra cestovného ruchu. – Vedúci záverečnej práce: Chlpek, Samuel, Ing. – Bratislava: OF EU, 2023, 45 s.

Bakalárska práca je vypracovaná na tému „Vplyv baby-friendly hotelov v cestovnom ruchu na Slovensku.“ Cieľom záverečnej bakalárskej práce bolo na základe spracovanej analýzy vybraných podnikov na Slovensku a v zahraničí vytvoriť návrhy a odporúčania pre rozvoj baby-friendly ubytovacích zariadení. Práca je rozdelená do troch kapitol. Obsahuje osem grafov a tri tabuľky. Jednotlivé časti záverečnej práce boli zamerané na cestovný ruch a ubytovacie zariadenia s orientáciou na detskú klientelu. Ukazujú situáciu baby-friendly hotelov na Slovensku, proces ich certifikácie a ciele, ktoré chce Únia materských centier certifikáciou dosiahnuť. Taktiež zobrazuje analýzu top štyroch baby-friendly hotelov na Slovensku a následne ich komparáciu medzi sebou. Pokračuje SWOT analýzou, kde sa vymedzujú dôležité stránky, ktoré pomôžu hotelom posúvať sa ďalej. SWOT analýza ukazuje, čomu sa treba vyhnúť, a aké neovplyvniteľné situácie môžu nastať. Výsledkom riešenia danej problematiky je na základe nadobudnutých informácií zo Slovenska, zahraničia a od odborníkov, navrhnúť zlepšenie pre slovenské baby-friendly hotely.

Kľúčové slová: baby-friendly, detský cestovný ruch, baby-friendly hotel, certifikácia-priateľské k deťom

ABSTRACT

POSPÍŠILOVÁ, Barbora: *The impact of baby-friendly hotels on tourism in Slovakia*. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; department of tourism. – Supervisor : Chlpek, Samuel, Ing. – Bratislava: FC UE, 2023, 45 p.

The bachelor's thesis is on the topic of the influence of baby-friendly hotels in the tourism industry in Slovakia. The aim of the final bachelor's thesis was to create proposals and recommendations for the development of baby-friendly accommodation facilities based on the processed analysis of selected enterprises in Slovakia and abroad. The work is divided into three chapters. It contains of eight graphs and three tables. Individual parts of the final work were focused on tourism and accommodation facilities with an orientation towards children's clientele. They show the situation of baby-friendly hotels in Slovakia, their certification process, and the aim that the Union of Maternity Centers wants to achieve through certification. It also shows an analysis of the top four baby-friendly hotels in Slovakia and then their comparison with each other. It continues with a SWOT analysis, where important aspects are defined that will help hotels move forward. A SWOT analysis shows what must be avoided and which uncontrollable situations can arise. The result of solving the given problem is to propose improvements for Slovak baby-friendly hotels based on the information acquired from Slovakia, abroad and from experts.

Key words: baby-friendly, kids' tourism, baby-friendly hotel, certification- baby-friendly

OBSAH

Úvod.....	10
1. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....	11
1.1 Cestovný ruch.....	12
1.1.1 Cestovný ruch pre deti.....	13
1.1.2 Rozhodovanie rodín s deťmi o účasti na cestovnom ruchu.....	14
1.2 Ubytovacie zariadenia.....	16
1.2.1 Hotel.....	17
1.3 Hotely s označením „Baby-friendly“	18
1.3.1 Hotel s označením „Baby-friendly“ na Slovensku	21
1.3.2 Oceňovanie „Zariadenia priateľské k deťom a rodinám“ na Slovensku	22
2. Cieľ a metódy záverečnej práce	24
2.1 Metodika práce a metódy skúmania	24
3. Výsledky práce a diskusia	26
3.1 Analýza a komparácia najlepších baby-friendly hotelov na Slovensku	27
3.1.1 SWOT analýza slovenských baby-friendly hotelov.....	35
3.2 Návrhy a odporúčania pre slovenské hotely	36
Záver	39
Zoznam použitej literatúry	40

Zoznam grafov a tabuliek

Grafy

Graf č. 1: Aktivity preferujúce rodiny s deťmi

Graf č. 2: Rozhodujúce faktory pri výbere ubytovania

Graf č. 3: Popredné celosvetové hotelové spoločnosti podľa počtu nehnuteľností v roku 2021

Graf č. 4: Hodnotenie vybavenosti Wellness hotela Chopok pre detskú klientelu

Graf č. 5: Hodnotenie vybavenosti Grand hotela Permon pre detskú klientelu

Graf č. 6: Hodnotenie vybavenosti hotela Salamandra pre detskú klientelu

Graf č. 7: Hodnotenie vybavenosti hotela Sitno pre detskú klientelu

Graf č. 8: Komparácia najlepších baby-friendly hotelov na Slovensku v % podľa ich vybavenosti pre detskú klientelu

Tabuľky

Tabuľka č. 1: Krajiny s najvyšším počtom medzinárodných turistických príchodov na svete od roku 2019 do roku 2021 v miliónoch

Tabuľka č. 2: Hodnotenie detského vybavenia a tvorby aktivít v najlepších, slovenských baby-friendly hoteloch

Tabuľka č. 3: SWOT analýza slovenských baby-friendly hotelov

Zoznam skratiek a značiek

UNWTO	World Tourism Organization
WTTC	World Travel & Tourism Council
USD	United States dollar (americký dolár)
HDP	Hrubý domáci produkt
IKT	Informačné a komunikačné technológie
COVID	Coronavirus disease (koronavírusové ochorenie)
CR	Cestovný ruch
VŠE	Vysoká škola ekonomická
VS.	Verzus
TZV.	Takzvané
T.J.	To jest
P.	Pán
RESP.	Respektíve
CRM	Customer Relationship Management (riadenie vzťahov so zákazníkmi)
ÚMC	Únia materských centier
SWOT	Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats (silné a slabé stránky, príležitosti a ohrozenia)

Úvod

Cestovný ruch je oblasť, ktorá prispieva k rastu HDP a rozvíja jazykové schopnosti, čím priamo prispieva k zvyšovaniu vzdelanosti v krajinách. Má mnoho pozitívnych účinkov, a preto je dôležité, aby sa cestovný ruch ďalej rozvíjal. Deti, ako dôležitá klientela tvoria významnú ovplyvňovaciu zložku cestovného ruchu. Pri tvorbe produktu cestovného ruchu je preto dôležité zameriavať sa na deti, ktoré priamo ovplyvňujú rozhodnutie rodičov k jeho účasti. Existencia baby-friendly hotelov tak zaistí detskú spokojnosť, vďaka čomu sa aj rodičia stávajú spokojnými a kľudnými, a preto výber hotela je kľúčový pre túto klientelu. Maximalizácia hotelového priemyslu zameraného na detskú klientelu zaručí vzrast cestovného ruchu aj krajiny samotnej.

Teoretická časť bakalárskej práce je venovaná súčasnému stavu riešenej problematiky u nás a v zahraničí. Zaoberá sa nevyhnutnou časťou poznatkov, ktoré sú relevantné k pochopeniu riešenej problematiky. Tieto skutočnosti teda pomôžu k nahliadnutiu fungovania cestovného ruchu, pochopeniu detskej klientele a náležitostí potrebných na zostavenie detského hotela na Slovensku. Ďalšia časť je venovaná cieľom, ktoré je nutné dosiahnuť na základe teoretických poznatkov. Ohraničuje hlavný cieľ, ktorým je spracovanie vybraných podnikov na Slovensku, a na základe analýzy vytvoriť návrhy a odporúčania pre rozvoj daného typu ubytovacích zariadení. Tretia časť sa venuje opisu a následnej komparácie top slovenských baby-friendly hotelov. S poznatkami nám pomohol aj p. Siblík, ktorý je riaditeľom predaja a marketingu v hotelovej sieti Trinity hotels & resorts. Na základe analýzy vybraných podnikov a SWOT analýzy je zistenie silných a slabých stránok hotelov na Slovensku jednoduchšie a napomáhajú k dosiahnutiu primárneho cieľa. Vďaka analýzam je jasné, čo treba v hoteloch ponechať a maximalizovať, a naopak, čo treba odstrániť alebo na novo zabezpečiť. V poslednej časti sú popísané najdôležitejšie návrhy a odporúčania, ktoré boli vydedukované v predošlých častiach.

Záver je zhrnutie celej problematiky, ktorá by mala pomôcť zlepšiť fungovanie ubytovacích zariadení zameraných na baby-friendly na Slovensku. Práca by mala priniesť nové poznatky, inšpirácie, zahraničných turistov a väčšiu popularitu pre krajinu.

1. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

Pandémia Covid-19, ktorá vypukla v roku 2019 do dnešnej doby spôsobila zmeny v správaní, ktoré sa v súčasnosti odrážajú pri cestovaní. Čo sa týka divízie hotelierstva, zákazníci majú odlišné preferencie pri voľbe hotela ako pred pandémiou. Novým trendom rodín pri výbere hotela sa stala čistota. Poskytovatelia ubytovania, preto začali robiť tzv. sekundárny čistiaci proces, vďaka ktorému sa verejné priestory dezinfikujú aj niekoľkokrát za deň. Pandémia tak zmenila návyky, a ľudia sa viac začali starať o svoje zdravie. Obzvlášť rodiny s deťmi si potrpia na čistotu a pravidelnú dezinfekciu, pretože malé deti majú tendenciu chytať veci naokolo. Preto je dôležité pravidelné čistenie hračiek a detských pomôcok. V súčasnej dobe sa taktiež začal klásť dôraz na exteriér. Hotely priateľské k deťom, ale aj hotely orientované na iné služby začali preferovať exteriér hotela na usporiadanie osláv, akcií či vystúpení (Méndez, 2021). Covid-19 so sebou priniesol aj zvyšovanie cien rodinných rezortov, nakoľko sa tržby predchádzajúce roky prepadli, a preto si rodiny vyberajú dovolenky, ktoré sú za primeranú cenu. Novým trendom sa preto stali rodinné balíčky. Tieto balíčky pre rodiny poskytujú hlavne baby-friendly hotely, ktoré sa snažia prilákať čo najviac rodín s deťmi. Hotely tak na svojich stránkach ponúkajú zvýhodnené balíčky, ktoré zahŕňajú ubytovanie, stravovanie a rôzne atrakcie pre deti ako grátis. Okrem atrakcií môžu hotely ponúknuť pri objednávke balíčka aj noc navyše alebo ubytovanie pre dieťa úplne zadarmo. K ďalším trendom v oblasti hotelierstva patrí ekológia. Zameranie na udržateľnosť nie je tak úplne novinkou ani zásluhou pandémie, ale množstvo hotelov, ktoré sa o to začali zaujímať, a preferencia hostí áno. Pri hľadaní baby-friendly hotela sa začali rodiny zaujímať nie len o rozsah poskytovania rodinných služieb, ale aj o to, aby poznali udržateľnú stránku hotela, do ktorého vstupujú. Či už to je využívanie solárnej energie, vyhýbanie sa plastom, spôsob likvidácie odpadu, či akákoľvek snaha o minimalizáciu spotreby vody. Trend, ktorý sa začal rozširovať medzi luxusnejšími hotelmi je virtuálna prehliadka. Znamená to, že hotel poskytne 3D náhľad nehnuteľnosti. Tento nástroj však má tendenciu sa ďalej rozširovať medzi akékoľvek hotely. Virtuálna prehliadka hotela sa stala súčasťou marketingovej stratégie. Táto prehliadka je skvelý spôsob, ako zoznámiť hosťa s prostredím hotela ešte skôr, ako bude mať tú možnosť navštíviť ho. Poskytuje príležitosť, ako spoznať hotel, ktorý by mal mať všetko, čo dieťa potrebuje, a zároveň hotel získava konkurenčnú výhodu (Hollander, 2022).

1.1 Cestovný ruch

Podľa svetovej organizácie UNWTO (2013) je cestovný ruch činnosť cestujúcich osôb mimo svojho bežného prostredia na čas kratší ako jeden ucelený rok, za účelom uspokojenia svojich potrieb, dovolenky alebo iného účelu. Svetová rada pre cestovanie a cestovný ruch (WTTC) odhaduje, že cestovný ruch generuje približne 8,3 bilióna USD. Cestovanie a cestovný ruch je veľmi dôležitý pre ekonomiku krajín. Rastúci význam cestovného ruchu podľa WTTC spočíva v jeho príspevku k vytváraniu nových pracovných miest na celom svete, ktorý sa odhaduje na približne 1/5 zo všetkých nových vytvorených pracovných miest a celosvetovo tvorí približne 1 z 10 pracovných miest na celom svete. Ďalej vytvára 10,4 % globálneho HDP. Podľa autora Stephena J. Pagea (2019) cestovný ruch v sebe nesie aj prvky ekonomického, sociálneho, kultúrneho a environmentálneho charakteru. V tomto zmysle tvrdí, že cestovný ruch má interdisciplinárny charakter.

Tabuľka č. 1: Krajiny s najvyšším počtom medzinárodných turistických príchodov na svete od roku 2019 do roku 2021 v miliónoch

	Krajina	2019	2020	2021
1.	Francúzsko	90,9	41,7	48,4
2.	Mexiko	45	24,3	31,9
3.	Španielsko	83,5	18,93	31,2
4.	Turecko	51,2	15,9	29,9
5.	Taliansko	64,5	25,2	26,9
6.	Spojené Kráľovstvo	79,4	19,2	22,1
7.	Grécko	31,3	7,4	14,7

Zdroj: vlastné spracovanie podľa portálu Statista, 2022

Podľa štatistiky vykonanou portálom Statista v roku 2022, Európa neustále vykazuje najvyšší objem prichádzajúcich cestujúcich za posledných 15 rokov. Napriek vplyvu Covid-19 Európa predstavovala približne 68 % z celkového počtu prichádzajúcich turistov v roku 2021. Na vedúcej priečke je Francúzsko, ktoré zaznamenalo v roku 2019 až 90 miliónov medzinárodných návštevníkov, ďalej nasleduje Mexiko, Španielsko, Turecko

a Taliansko, ktoré lákajú turistov hlavne vďaka svojim známym pamiatkam a výhodnej polohe pri mori (Statista, 2022).

Na to, aby cestovný ruch neustále rástol, sú podľa autorov Marianni et al. (2014) dôležité mnohé faktory:

- rozvoj hromadnej dopravy,
- zavádzanie a implementácia informačných a komunikačných technológií (IKT) v sektore cestovného ruchu,
- proces globalizácie,
- rytmus zvyšovania svetového HDP,
- zlepšenie bezpečnosti a práv turistov.

1.1.1 Cestovný ruch pre deti

Ako tvrdia autori Poria a Timothy (2014), sú to práve deti, ktoré ovplyvňujú rodinných príslušníkov o rozhodovaní kam ísť, a čo robiť vo svojom voľnom čase. Preferencie detí sa líšia vekom, a preto je dôležité vziať do úvahy kategórie vývoja detí podľa veku:

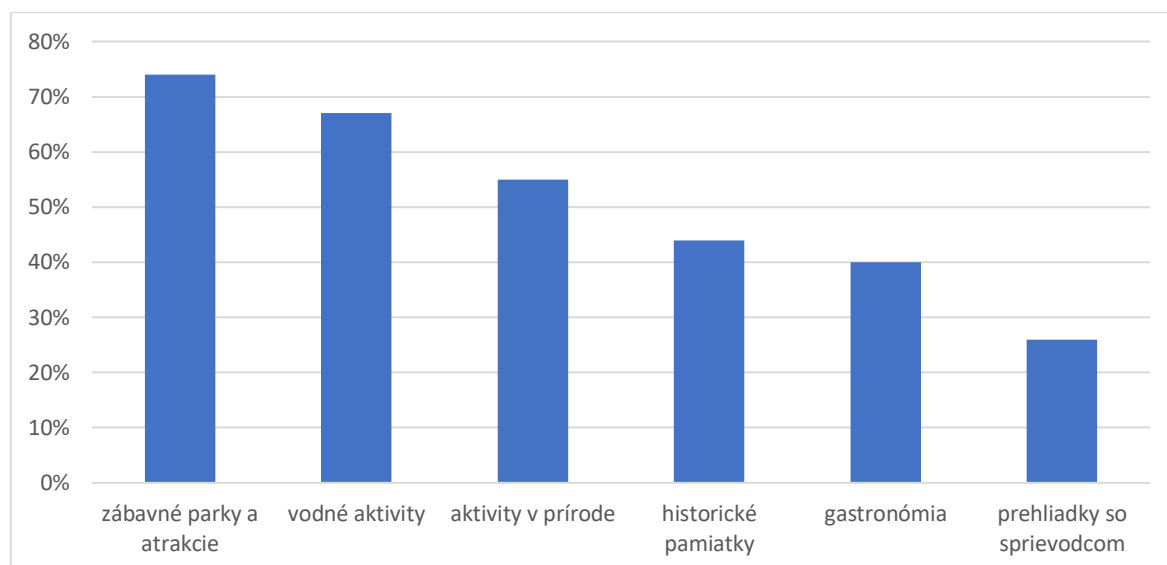
- detstvo (vo veku 2 a menej rokov),
- rané detstvo (3-6 rokov),
- stredné detstvo (7-10 rokov),
- dospievanie (vo veku 11-18 rokov).

Deti vo veku 7-10 rokov preferujú skôr rodinné dovolenky pri mori s návštevou kultúrnych pamiatok, zoologickej záhrady či safari parku (Julien, 2021), zatiaľ čo dospievajúce deti najmä vo veku 15-18 rokov vyhľadávajú skôr adrenalín. Typický pre dospievajúcich je aj temný cestovný ruch. Často sú inšpirované vplyvom médií, ktorého príkladom je napríklad aj seriál Černobyl', ktorý u sledujúcich vyvoláva pozitívny vplyv na dopyt po cestovnom ruchu (Iliev, 2020).

Podľa štúdie Osservatorio Nazionale Turismo z roku 2014 je dokázané, že zmena prostredia, ku ktorej dochádza počas dovolenky zvyšuje rôzne funkcie u detí ako reguláciu stresu, schopnosť sústredenia a pozornosti, schopnosť organizovať, a plánovať. Takisto sa zvyšuje duševné a fyzické zdravie. Nové skúsenosti a zmeny, ktoré deti prežívajú pri účasti

na cestovnom ruchu majú pozitívny vplyv na kreativitu detí. Umožňujú im vidieť veci z inej perspektívy a rozširujú si tak obzory.

Graf č. 1: Aktivity preferujúce rodiny s deťmi



Zdroj: vlastné spracovanie podľa Expedia group (2019); Nestor (2022)

Ako ukázala štatistika pre 95 % cestovateľov rodín s deťmi je hlavnou prioritou pri rezervácii dovolenky nájsť miesto, kde sa budú všetci baviť (Condor ferries, 2021). Potvrďuje to aj skutočnosť, že najväčšie percento rodín s deťmi si na spestrenie dňa vyberie návštevu zábavných alebo vodných parkov, ktoré si užijú deti všetkých vekových kategórií. Za najnudnejšie pre deti sa považujú organizované prehliadky so sprievodcom, ktoré si vyberie len 26 % rodín s deťmi (Expedia group, 2019; Nestor, 2022).

1.1.2 Rozhodovanie rodín s deťmi o účasti na cestovnom ruchu

To, či sa rodiny s deťmi zúčastnia cestovného ruchu podľa autorov Indrovej a kol. (2008) ovplyvňuje veľa významných faktorov:

1. Cena

Jeden z najdôležitejších faktorov, ktorý ovplyvní, či rodiny s deťmi vycestujú, alebo sa im viac oplatí ostať doma je cena. Cena vyjadruje peňažnú hodnotu produktu (Kita a kol., 2017). Medzi lákavé stimuly patria balíky produktov ponúkané so zľavou alebo aj bezplatné vzorky. Ďalej to môžu byť kompenzácie, ktoré sa ponúkajú väčšinou pri vybavovaní sťažností (napr. ponuka nápojov a jedál, upgrade hotelovej izby alebo lístky na predstavenia) (McMahone, 2020). Rodiny s deťmi si väčšinou hľadajú destinácie, ktoré sú cenovo dostupnejšie. Nižšie náklady spojené s cestovaním v krajine sú totižto atraktívnejšie pre cestovateľov. Aspekty cenovej konkurencieschopnosti zohľadňujú piliere, ktoré zahŕňajú: dane z leteniek, letiskové poplatky, ktoré môžu letenky výrazne predražiť; relatívne náklady na hotelové ubytovanie a ceny pohonných hmôt, ktoré priamo ovplyvňujú náklady na cestu (World economic forum, 2021).

2. Deti

Práve deti sú tie, ktoré ovplyvnia celú rodinu vycestovať. Rodičia často vidia prázdniny ako spôsob, ako zoznámiť deti s pohybovými aktivitami, s novými ľuďmi či prostredím, čo vlastne nemusí byť vyjadrením dieťaťa. V tomto zmysle môžu byť samotné deti motiváciou rodičov vycestovať. Rodičia môžu mať tiež väčší záujem o uvoľnenie a zlepšenie rodinných vzťahov, zatiaľ čo deti môžu mať väčší záujem o zábavu. Motiváciu a potreby detí môže ovplyvniť aj ich vek. Menšie deti potrebujú skôr viac pozornosti a energie. Ako deti rastú, sú čoraz náchylnejšie na ovplyvnenie reklamou a ústnymi odporúčaniami, čo môže výrazne ovplyvniť ich motiváciu (Carr, 2011). Adolescenti sú častejšie nespokojní s rodinnými výletmi, a preto sa ich postupom času prestanú zúčastňovať. Motivácia rodinného cestovania nie je homogénny konštrukt, ale pozostáva z mnohých vrstiev, ktoré často zakrývajú individuálne potreby a túžby (Decrop, 2006; Kluin, Letho, 2012).

3. Voľný čas (Indrová a kol., 2008)

Nájsť si voľný čas popri práci a deťoch nie je vždy jednoduché. Typický čas pre rodiny s deťmi vycestovať je práve v období školských prázdnin. Pri rozhodovaní o účasti na cestovnom ruchu je hodnota vyjadrená peniazmi veľmi dôležitá. Rodiny sa rozhodnú vycestovať počas školských prázdnin, to znamená počas hlavnej sezóny, a práve vtedy sú ceny najvyššie. Tu nastáva stret dvoch faktorov a tie sú: cena a voľný čas. Je nutné, aby sa rodiny rozhodli, ktorý faktor je pre nich dôležitejší a rozhodujúci, a pokiaľ nemajú čas

alebo dostatok financií, musia sa rozhodnúť pre konkrétny jeden. Pre rodiny často býva dôležitý pomer kvalita verzus cena (Scholz a kol., 2018).

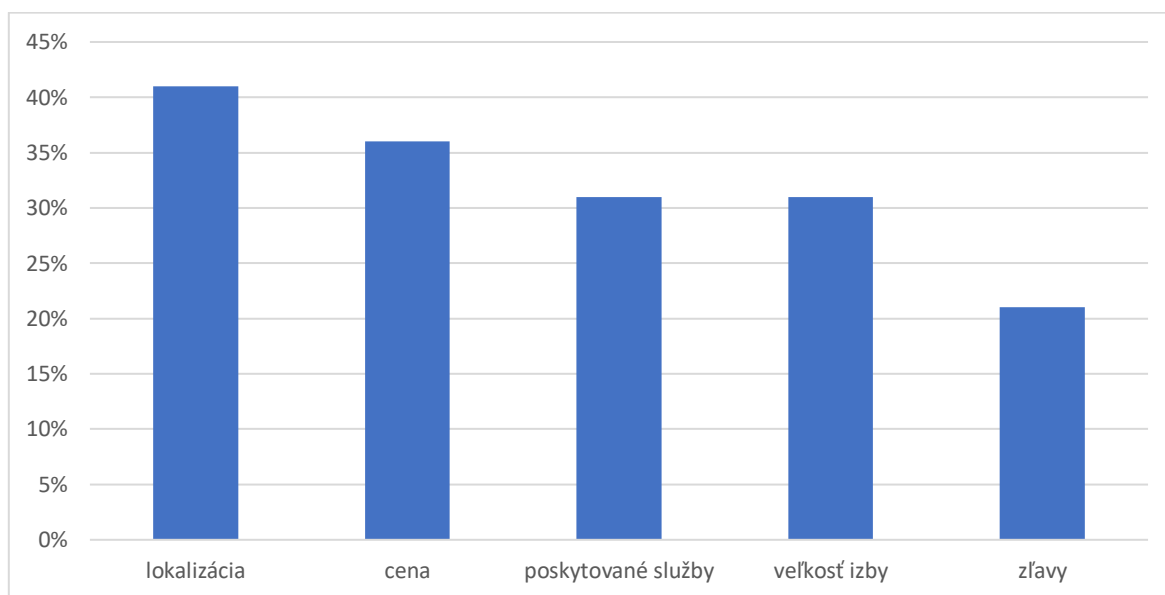
1.2 Ubytovacie zariadenia

Štatistický úrad Slovenskej republiky (2022) považuje za ubytovacie zariadenia cestovného ruchu tie, ktoré občasne alebo na pravidelnej báze umožňujú dočasné ubytovanie hosťom. Faktor, ktorý ovplyvňuje obsadenie lôžok je sezónnosť. Od sezónnosti sa odvíja dopyt po ubytovaniach, preto cez niektoré ročné obdobia kolíše obsadenosť lôžok/izieb. V rámci jednotlivých ubytovaní existuje aj určité označenie triedy, ktoré sa označuje podľa rozsahu poskytovaných služieb alebo vybavenosti ubytovania (Nováčka, 2010). Tieto jednotlivé triedy sú označované podľa postupnosti od najnižšej po najvyššiu. Označujú sa hviezdikami, takže najmenej hviezdíček dostane trieda s najmenším rozsahom poskytnutých služieb a naopak.

Ďalej sa podľa štatistického úradu Slovenskej republiky (2022) zariadenia rozdeľujú podľa kategórií a druhov tried, pričom jednotlivé kategórie majú aj podskupiny ako napríklad hotely sa môžu ešte rozdeľovať napríklad na:

- wellness hotely,
- horské hotely,
- baby-friendly hotely,
- adult-friendly hotely,
- boutique hotely,
- alebo kúpeľné hotely.

Graf č. 2: Rozhodujúce faktory pri výbere ubytovania



Zdroj: vlastné spracovanie podľa autorov Mandich (2020); Nestor (2022)

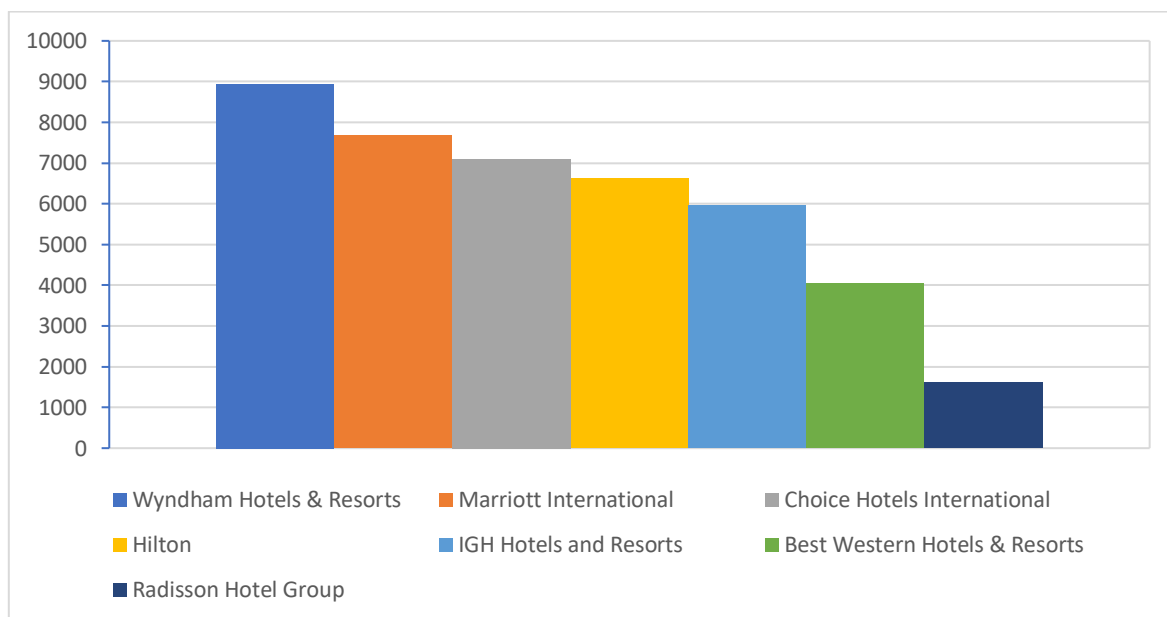
Väčšina ľudí presnejšie 41 % si vyberá ubytovanie podľa toho, či sa nachádza v lokalite, ktorá je pre nich cieľová, alebo sa z ubytovania vedia ľahko dostať do cieľa. 36 % ľudí si vyberie ubytovanie, ktoré je pre nich cenovo dostupné. Pre 31 % ľudí je dôležité ubytovanie podľa toho, aké služby ponúka a aký dizajn a veľkosť majú izby. Sú to väčšinou klienti, ktorí v ubytovacom zariadení plánujú zotrvať dlhší čas. Pre 21 % ľudí sú kľúčové zľavy a zvýhodnené balíky pri vyberaní ubytovania.

1.2.1 Hotel

Hotelierstvo je divíziou pohostinstva, ktorá sa špecializuje na poskytovanie ubytovacích služieb zákazníkom. Svojim klientom je poskytované okrem ubytovania aj strava a doplnkové služby. Podľa možností služieb poskytovaných v hoteloch ako sú obmedzené služby, služby strednej triedy a úplné služby, vieme jednotlivé hotely rozdeľovať. Na toto rozdelenie sa používa udeľovanie hviezdíčiek, pričom najväčší možný počet dosiahnutých hviezd je päť, čo predstavuje úplne poskytnutie služieb (Statista, 2022). Hotely pomáhajú prosperovať miestnej ekonomike. Jedným z účinných spôsobov, ako môžu hotely podporiť miestne ekonomiky, je priniesť do oblasti pracovné miesta. Hotely s reštauráciami môžu zase poskytnúť veľkú podporu miestnemu poľnohospodárstvu tým, že budú získavať potraviny z miestnych zdrojov. Dôležitá je aj orientácia na udržateľnosť. „Zelený“ dizajn

je populárnou silou v architektúre vzhľadom na jeho pozitívny vplyv na financie, ochranu prírody a skúsenosti obyvateľov. V pohostinskom priemysle udržateľný dizajn pomáha okolitým komunitám znižovať ich závislosť od neobnoviteľnej energie a vytvárať pracovné miesta v ekologických odvetviach (Bradley, 2019).

Graf č. 3: Popredné celosvetové hotelové spoločnosti podľa počtu nehnuteľností v roku 2021



Zdroj: vlastné spracovanie podľa portálu Statista (2022)

Medzi kľúčových hráčov v hotelovom priemysle patrí Marriot International, Hilton Worldwide, InterContinental Hotels Group a Wyndham Hotel Group. Všetky tieto spoločnosti majú vo svojom portfóliu rôzne hotelové značky. Ponúkajú tak zariadenia s obmedzenými službami, ako aj zariadenia s kompletnými službami. V zozname popredných svetových hotelových značiek je podľa hodnoty značky Hilton Worldwide Hilton Hotels & Resorts, ktorý sa dostal na prvé miesto s hodnotou značky 7,61 miliardy USD v roku 2021. Podľa tržieb dostal popredné miesto aj Marriot International, ktorý zaznamenal v roku 2021 tržby vo výške 13,8 miliardy amerických dolárov (Statista, 2022).

1.3 Hotely s označením „Baby-friendly“

Hotely s označením „Baby-friendly“ alebo aj priateľské k deťom sú hotely, ktoré poskytujú špeciálne doplnkové služby určené pre potreby detí a rodičov (IGI-Global, 2022). Rodiny s deťmi sú v oblasti hotelierstva pomerne náročným segmentom, ktorý

vyžaduje špecifický prístup spočívajúci v dostatočnej ponuke služieb a produktov (McCabe et al., 2012). Implementácia špeciálnych aktivít a výhod pre deti a rodiny je skvelý spôsob, ako prilákať viac ľudí a rozšíriť svoju zákaznícku základňu. Baby-friendly hotely ponúkajú výhody pre všetky vekové kategórie detí a zároveň aj pre rodičov. Keďže ovplyvňujúci faktor rodín vycestovať je cena, je dôležité aj začlenenie špecializovaných cenových možností, zliav a vymožeností pre hostí.

Hotel s označením „baby-friendly“ by podľa portálu Reliable weater services (2018) mal:

- mať riadnu propagáciu na internete, ktorá zaujme rodiny s deťmi už na prvý pohľad,
- mal by poskytovať služby a aktivity, aby sa deti za žiadnych okolností nenudili,
- mať zriadený zákaznícky servis tak, aby každá žiadosť alebo sťažnosť bola vybavená čo najrýchlejšie.

Hotelový zákaznícky servis, ubytovanie, stravovanie či doplnkové služby musia reprezentovať hotel, pretože spolu vytvárajú celkový zážitok pre zákazníka. Personál by mal byť priateľský hlavne k deťom, aby sa na mieste cítili dobre a po odchode sa vytvorila pozitívna zákaznícka skúsenosť. Dodatočné služby, ktoré musí mať hotel s označením baby-friendly, ako sú bezplatné akcie alebo podujatia pre deti, môžu hotelovým zákazníkom priniesť extra hodnotu (Loytänä, Kortesus, 2011).

1. Propagácia na internete

Je dôležité, aby hotel vyčnieval a odzrkadľoval skutočnosť, že zariadenie je vhodné pre rodiny s deťmi. K tomu, aby si rodičia všimli hotel je dôležité nastaviť si primeranú propagáciu na sociálnych sieťach a webových stránkach (Reliable weater services, 2018).

Zaujať zákazníkov môže hotel vďaka 3 atribútom, ktoré by podľa autora Winnieho (2014) mala web stránka spĺňať:

- dizajn webovej stránky,
- obsah webovej stránky,
- štruktúra celej stránky.

V tomto prípade by web stránka, ale aj post na sociálnej sieti mali mať dizajn, ktorý zaujme detskú klientelu a obsah, ktorý dáva na povedomie, že hotel je orientovaný na uspokojenie potrieb detí a ich rodičov. Je dôležité, aby hotel udával a pravidelne

aktualizoval, čo všetko poskytuje a čím sa odlišuje od klasických hotelov, aby tak upútal na stránke pozornosť. Hotely tak prilákajú rodinnú klientelu, ale aj poskytnú rýchlejšiu objednávku ubytovania alebo služby. Rodiny si tak vedia v pohodlí domova vybrať, naplánovať aj objednať svoje ubytovanie (Reliable weater services, 2018).

2. Služby a aktivity pre deti

Štatistika Condor ferries z roku 2021 ukazuje, že až 70 % rodín tvrdí, že vybavenie pre deti je dôležitým faktorom pri rozhodovaní. A preto aj takmer 60 % rodín býva v hoteloch, ktoré poskytujú pestrejší výber služieb a vybavenia.

Pokiaľ ide o prezentáciu služieb v hoteli priateľského k deťom, zvyčajne sa rozumie, že sú v ňom zapojené niektoré prostriedky alebo praktiky, ktoré hotely bežne poskytujú, ale sú vylepšené, alebo pozmenené tak, aby zaujali detskú klientelu (detský bazén, detské menu, detský bufet). Hotely by sa ale nemali zameriavať iba na služby, ale aj na istú kultúru. Byť priateľský k deťom zahŕňa aj vytvorenie bezpečného, teplého a láskyplného prostredia, kde sa deti budú cítiť dobre, a umožní im to tak zažiť šťastnú dovolenku (Güven et al., 2017).

Podľa autora Öztürka et al. (2018) by mal hotel priateľský k deťom poskytovať:

- detský klub,
- detský amfiteáter,
- detský bazén,
- detské ihrisko,
- detské zóny,
- športové aktivity,
- aquapark,
- minidisco,
- kino,
- zmrzlináreň,
- súťaže,
- detskú škôlku,
- herne,
- požičovňu kočiarov,
- salónik pre dospelých.

Rodinný hotel však nemusí primárne znamenať, že sa v ňom ubytujú rodiny s deťmi. Bezdetné páry, ktoré preferujú detské prostredie sú tak isto súčasťou tejto klientely, a preto by mali hotely poskytovať aj detské zóny, aby udržali zvyšok zákazníkov pokojných. Rovnako dôležité je nezabúdať aj na staršie deti, a ponúkať aktivity pre dospievajúcich. Vytvorenie špeciálneho klubu pre tínedžerov je účinný spôsob, ako zabezpečiť, aby sa deti všetkých vekových kategórií cítili súčasťou hotela (Reliable weater services, 2018).

1. Detský CRM

Riadenie vzťahov so zákazníkmi (CRM- Customer relationship management) je podľa Andersona a Kerra (2002) disciplína, ktorá zahŕňa všetky prvky potrebné na vybudovanie úspešného vzťahu so zákazníkmi. Je založený na kvalitných zákazníckych dátach, pri ktorých sa využívajú informačné technológie (Buttle, Maklan, 2019).

V hotelovom priemysle existuje veľa rôznych hotelov orientujúcich sa na rodiny s deťmi, ale tie najúspešnejšie, ktoré dominujú tejto časti pohostinského priemyslu, zamestnávajú najpriateľskejší personál na interakciu s hosťami. Zákaznícky servis rozhoduje o reputácii hotela ako priateľského k rodine. Ideálne je preto zamestnávať ľudí, ktorí majú radi interakciu s deťmi a dokážu vyhovieť špeciálnym požiadavkám hostí (Reliable weater services, 2018).

1.3.1 Hotel s označením „Baby-friendly“ na Slovensku

Na Slovensku sa objavuje čoraz viac hotelov orientovaných na deti. Únia materských centier (2015) zaznamenala na Slovensku až 85 ubytovacích zariadení, ktoré majú riadnu certifikáciu ako priateľské k deťom. Nie však každý hotel má právo označiť sa ako „baby-friendly.“ Ide o zariadenia a služby, ktoré sa ponúkajú pre deti, aby sa cítili čo najlepšie. Mnoho profesionálov, ktorí vlastnia hotely, považujú za baby-friendly hotel aj taký, ktorý má v spoločných priestoroch detský kútik a ponúka izbu s prístelkou, čo však nie je pravda. Ide však o celkové vybavenie hotela, ako aj prístup personálu orientujúceho sa na detskú klientelu. Aby sa odlišili hotely, ktoré ponúkajú pár vecí pre deti a hotely, ktoré sa naozaj snažia uspokojiť potreby detí, existuje certifikát „Zariadení priateľských k deťom a rodinám“, ktoré môžu hotely na Slovensku získať. (Únia materských centier, 2015).

1.3.2 Oceňovanie „Zariadenia priateľské k deťom a rodinám“ na Slovensku

Na Slovensku prišla Únia materských centier (ÚMC) s nápadom oceňovania podnikov, ktoré ponúkajú extra služby pre rodiny s deťmi. Stalo sa tak v roku 2003, kedy bola v rámci kampane „Dovoľte mi vstúpiť s dieťaťom“ usporiadaná celoslovenská súťaž pre zariadenia priateľské k rodinám a deťom. Podniky a zariadenia museli splniť povinné kritériá, a to v rámci svojej kategórie, či už stravovacích alebo ubytovacích služieb. To, či jednotlivé zariadenia splnili dané kritériá neskôr testovala priamo Únia materských centier. Tí, ktorí požiadavky splnili, získali certifikát a následne nálepku s detským kočíkom, ktorý predstavuje logo súťaže. Nálepku si tak zariadenia nalepia na svoje zariadenia. Podniky tak dávajú na vedomie, že sa zaviazali poskytovať kvalitné služby pre rodiny s deťmi, a to na dlhodobej báze (Únia materských centier, 2015).

Ciele projektu podľa ÚMC (2015):

- kontrola plnenia kritérií vstupu pre rodiny s deťmi v existujúcich stravovacích a ubytovacích zariadeniach alebo v obchodoch,
- udelenie certifikátu „Zariadenie priateľské k deťom a rodinám“ a označenie logom „Vstúpte s dieťaťom“ pre tie zariadenia, ktoré splnili požiadavky,
- motivácia subjektov k tomu, aby svoje zariadenia oživil,
- motivácia spoločnosti k poznávaniu a navštevovaniu týchto zariadení, vďaka čomu prispievajú k zlepšeniu kvality života v jednotlivých regiónoch Slovenska,
- prostredníctvom už ocenených zariadení vytvoriť katalóg pre jednoduchšie vyhľadanie podnikov priateľským k deťom.

V súčasnosti nastala v projekte aj inovácia, kde každé zariadenie je podrobnejšie hodnotené podľa svojich kvalít a služieb. Ide o certifikát, v ktorom je miesto hodnotené prostredníctvom hviezdíčiek. Takto má možnosť každé zariadenie vylepšovať svoje služby pre deti, a návštevníci si tak vedia zistiť, do akej úrovne je ubytovacie alebo stravovacie zariadenie pripravené pre detskú klientelu (Ubytuj sa, 2023).

Podľa obľúbenosti klientov patria medzi najlepšie baby-friendly hotely na Slovensku:

1. Wellness hotel Chopok (CK Satur, 2020)
2. Grand hotel Permon (CK Satur, 2020)
3. Salamandra Resort Hotel (Expedia, 2023)
4. Hotel Sitno (Travelguide, 2023)

2. Cieľ a metódy záverečnej práce

Primárnym cieľom tejto bakalárskej práce je vďaka analýze najlepších baby-friendly hotelov na Slovensku, podľa vlastných aj odborných odporúčaní, a inšpiráciou zo zahraničia zlepšiť situáciu baby-friendly hotelov na Slovensku. Preštudovaním vybraných hotelov a ich podmienok v zahraničí, vieme následne odporučiť a navrhnúť, čo by bolo dobré zlepšiť. Rozvoj baby-friendly hotelov by znamenal značný nárast príchodu slovenských aj zahraničných rodín s deťmi na Slovensko.

Čiastkové ciele nám dopĺňajú poznatky a vedomosti, ktoré potrebujeme k splneniu primárneho cieľa. Vďaka týmto poznatkom sa vieme lepšie orientovať v téme, a postupnými krokmi sa pomaly dostávame ku kompletizácii cieľa, a prispejeme tak dôležitými krokmi k prosperite krajiny. Ciele sa teda budú skladať z/zo:

- Syntézy teoretických poznatkov, ktoré sme nadobudli v prvej časti, týkajúcich sa ubytovacích zariadení, do ktorých patria hotely orientujúce sa na deti,
- Analýzy vybraných baby-friendly hotelov na Slovensku, kde budeme podrobne skúmať všetky časti hotela ako fungujúceho celku pre uspokojenie potrieb rodín s deťmi a následnej komparácie vybraných hotelov,
- SWOT analýzy riešených hotelov, aby sme identifikovali silné, slabé stránky hotela, hrozby a príležitosti, a predišli tak problémom do budúcnosti,
- Dedukcia návrhov a odporúčaní pre zlepšenie situácie baby-friendly hotelov na Slovensku tým, že sme nadobudli nové vedomosti a inšpirovali sa zahraničím.

2.1 Metodika práce a metódy skúmania

V teoretickej časti sme začali súčasným stavom doma a v zahraničí, kde sme sa pozreli na aktuálne trendy vo svete v oblasti baby-friendly hotelov, ktoré nám pomôžu v zlepšení situácie na Slovensku. Pokračovali sme definovaním cestovného ruchu ako celku, ktorý je dôležitý pre našu tému venujúcu sa hotelom. Pri cestovnom ruchu sme zostali a objasnili sme si detský cestovný ruch. Pozreli sme sa aj na preferencie detí počas cestovania podľa ich vekovej kategórie. Ďalej sme išli viac do hĺbky cestovného ruchu, kde

sme si identifikovali ubytovacie zariadenia. Medzi ubytovacie zariadenia patria rôzne druhy hotelov a aj spomínané baby- friendly hotely. V poslednom bode teoretickej časti sme sa dostali k najdôležitejšiemu bodu, a to k baby-friendly hotelom, kde sme analyzovali ich fungovanie, najdôležitejšie body, služby a zariadenia, ktoré sú potrebné pri vybudovaní takéhoto hotela. Identifikovali sme aj pokyny a podmienky, ktoré je nutné splniť na to, aby sa hotel považoval za detský a vysvetlili spôsob certifikácie hotelov na Slovensku.

Praktickú časť začneme oboznámením sa so štyrmi najlepšimi baby-friendly hotelmi na Slovensku, medzi ktoré patria Wellness hotel Chopok, Grand hotel Permon, hotel Salamandra a hotel Sitno. Tieto hotely si podrobne preskúmame v oblasti služieb, personálu, miestností a prostriedkov pripravených na detskú klientelu. Informácie budeme čerpať z oficiálnych stránok hotelov, rozhovoru s odborníkom p. Martinom Siblíkom z hotela Sitno a recenzií zanechaných od zákazníkov z ich skúseností. Tieto hotely tak budeme bodovať podľa kategórií od najlepšieho po najhorší a porovnávať ich medzi sebou. Detailnejšie sa tak pozrieme na aktuálnu situáciu detských hotelov na Slovensku. Vďaka tejto analýze budeme vedieť, čo presne týmto hotelom chýba, a čo je potrebné zlepšiť. Je to kľúčová vec, vďaka ktorej sa dostávame k hlavnému cieľu. Praktickú časť pokračujeme SWOT analýzou slovenských hotelov pre deti, pri ktorej nám taktiež dopomohol odborník z praxe. Zistíme tak, aké vlastnosti rozvíjať a akým krokom sa naopak vyhnúť. Posledným bodom bude akési zoskupenie návrhov a odporúčaní, ku ktorým sa dopracujeme po vedomostiach a analýzach, ktoré sme v predchádzajúcich krokoch spracovali. Taktiež nám pomôže naštudovanie si podmienok a fungovanie baby-friendly hotelov v zahraničí. Vďaka týmto návrhom vytvoríme obraz, ako by mohli vyzerat' slovenské baby-friendly hotely, a poskytneme tak súčasným aj budúcim hotelierom nové nápady pre ich expanziu a zlepšenie.

3. Výsledky práce a diskusia

V prvej časti praktickej časti si porovnáme najlepšie baby-friendly hotely na Slovensku. Tieto baby-friendly hotely sme vybrali vďaka internetovým portálom v teoretickej časti. Porovnanie sa bude skladať z nasledujúcich štyroch hotelov:

- Wellness hotel Chopok,
- Grand hotel Permon,
- Hotel Salamandra,
- Hotel Sitno.

Naším cieľom je analyzovať jednotlivé hotely podľa ich služieb, vybavenia a prostredia, aby sme zistili, či jednotlivé hotely sú vhodné pre rodiny s deťmi. Všetky hotely sú certifikované Úniou materských centier, a teda mali by riadne spĺňať všetky podmienky pre tento titul. Analýza bude spadať do dvoch kategórií. Prvá sa bude zaujímať o prostredie hotela, či už ide o izby alebo reštauráciu vhodnú pre deti. Detailnejšie bude skúmať služby a vybavenie hotela s pridanou hodnotou. Patria sem animačné programy, ihriská, bazény, športové súťaže a celkovo rieši detskú atmosféru v hotelových priestoroch. Vyzdvihujú sa všetky výhody a nevýhody skúmaných hotelov. Druhá časť sa bude venovať komparácií týchto hotelov medzi sebou podľa skúmaných kategórií v prvej časti.

3.1 Analýza a komparácia najlepších baby-friendly hotelov na Slovensku

Tabuľka č. 2: Hodnotenie detského vybavenia a tvorby aktivít v najlepších, slovenských baby-friendly hoteloch

	Wellness hotel Chopok	Grandhotel Permon	Hotel Salamandra	Hotel Sitno
Detská atmosféra	8	7	6	9
Rodinné izby	8	5	7	5
Detské menu	7	6	7	7
Detský kútik	4	7	4	10
Detské ihrisko	6	5	6	6
Detský bazén	3	9	4	10
Detské hračky	6	7	7	8
Detské animácie	9	6	6	9
Športové súťaže	6	6	9	7
Minidisco	6	6	6	7
Detský maskot	6	8	8	9
Detská škôlka	7	6	0	7
Detské kino	4	7	0	9
Detské varenie	8	0	7	10
Detské plávanie	9	0	0	8

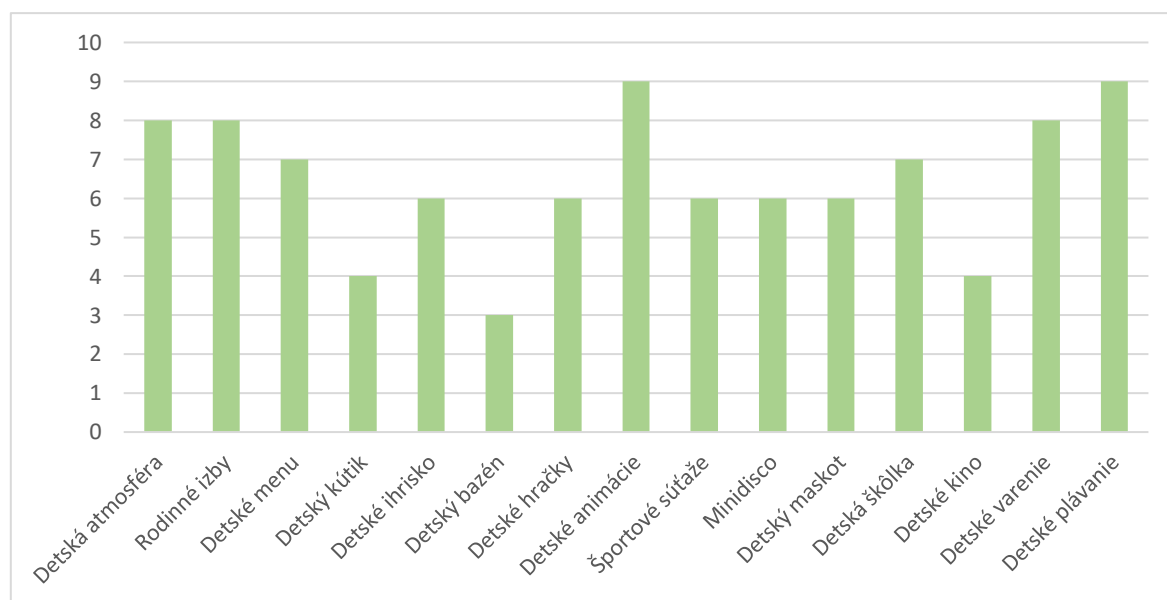
Zdroj: vlastné spracovanie

V tabuľke hodnotíme spôsobilosť hotelov tvoriť animácie a programy pre deti. Okrem toho aj dopodrobna skúmame priestory vyhradené pre detskú klientelu. Naším cieľom je teda celková pripravenosť a vybavenosť hotela na deti, či už sa to týka izieb, animačných programov, detských kútikov, detských maskotov alebo detskú škôlku. Jednotlivé kategórie hodnotíme podľa subjektívneho názoru, oficiálnych web stránok, recenzií a pracovníka z praxe od 0 do 10 bodov pričom 10 bodov značí najlepšiu vybavenosť hotela a 0 bodov značí najhoršiu vybavenosť alebo neexistencia danej kategórie v hoteli. Všetky kategórie sú usporiadané od najzákladnejších vybavení pre deti

až po tie vypracovanejšie. Konkrétne informácie tak využívame aj na komparáciu hotelov medzi sebou.

Wellness hotel Chopok

Graf č. 4: Hodnotenie vybavenosti Wellness hotela Chopok pre detskú klientelu



Zdroj: vlastné spracovanie

Výhody

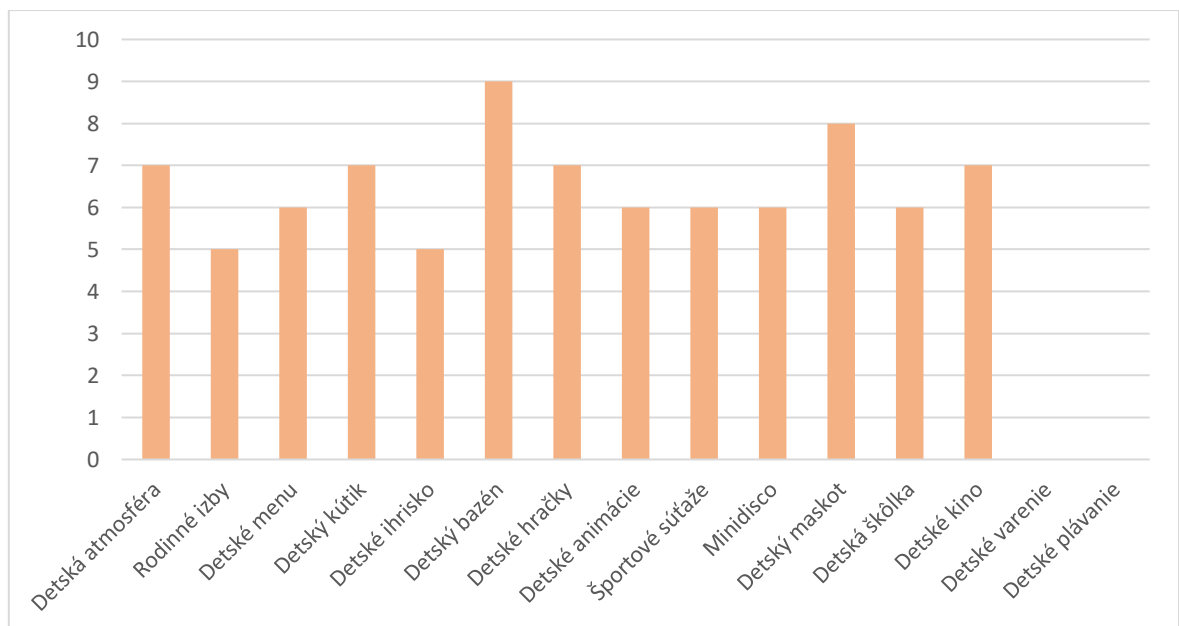
- Detská atmosféra,
- rozsiahla ponuka rodinných izieb,
- dostatočný výber detských jedál,
- dva detské kútiky,
- herňa pre starších,
- vonkajšie detské ihrisko pre väčšie aj menšie deti,
- animácie 6x do týždňa,
- detský karneval,
- detská ranná rozcvička,
- minidisco,
- opatrovateľská služba,
- detské varenie so šéfkuchárom v hotelovej kuchyni,
- detské plávanie pre bábätká aj väčšie deti,
- profesionálna trénerka plávania.

Nevýhody

- Štandardná izba poskytuje iba pohovku pre dieťa,
- nedostatočný výber jedla pre intolerantných,
- malý priestor v detskom kútiku,
- nedostatočný výber hračiek v detskom kútiku,
- detský bazén je príliš malý a plytký, určený iba pre bábätká,
- žiadne hračky ani atrakcie v bazéne,
- málo detských športových súťaží,
- neprepracovaný maskot,
- malá televízia v detskom kútiku miesto kina.

Grand hotel Permon

Graf č. 5: Hodnotenie vybavenosti Grand hotela Permon pre detskú klientelu



Zdroj: Vlastné spracovanie

Výhody

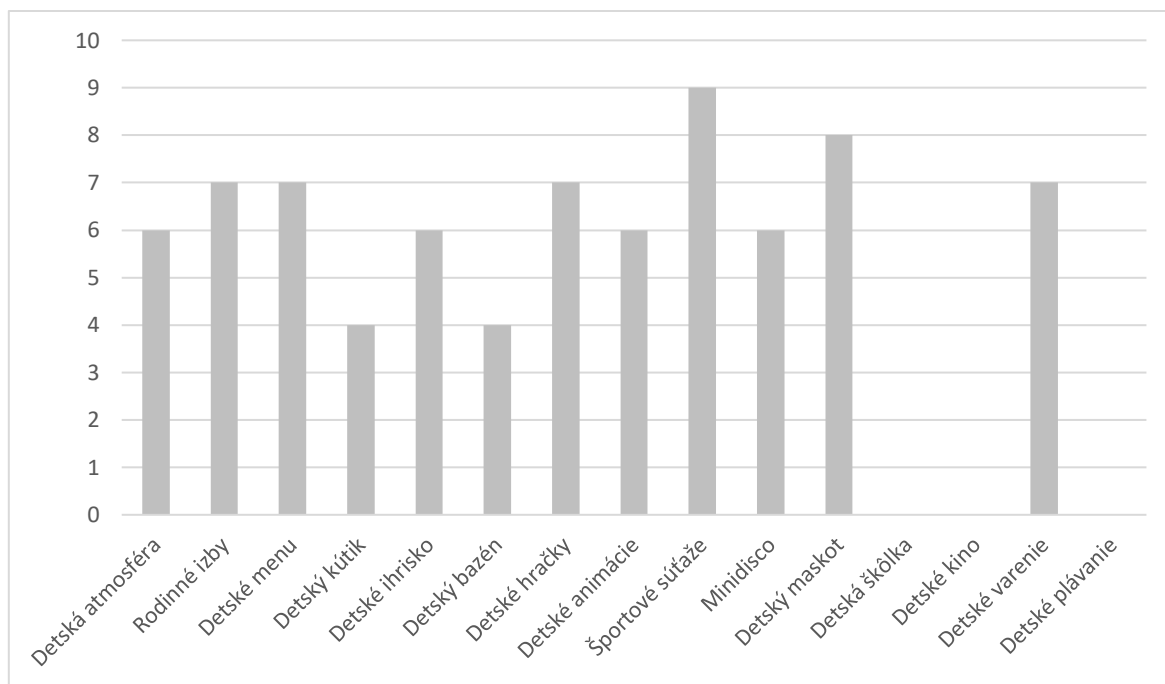
- Dostatočná detská atmosféra,
- prepracovaný detský kútik,
- dostatok hračiek v detskom kútiku,
- detské záchody v kútiku,
- herňa pre starších,
- dve vonkajšie ihriská,
- detský vodný svet s detskou výrivkou a toboganmi,
- maskoty Permonko a Permonka pomenované podľa hotela,
- opatrovateľská služba,
- 3D kino s vakmi na sedenie.

Nevýhody

- Izby zriadené pre najviac 4 osoby,
- staré a opotrebované izby,
- nedostatočný výber jedál pre intolerantných,
- vonkajšie detské ihrisko postavené nebezpečne blízko pri jazierku,
- neprepracované a nepravidelné animácie a programy,
- málo športových súťaží
- málo detského vybavenia v priestoroch hotela,
- minidisco nepravidelne,
- neposkytuje detské varenie ani plávanie.

Hotel Salamandra

Graf č. 6: Hodnotenie vybavenosti hotela Salamandra pre detskú klientelu



Zdroj: vlastné spracovanie

Výhody

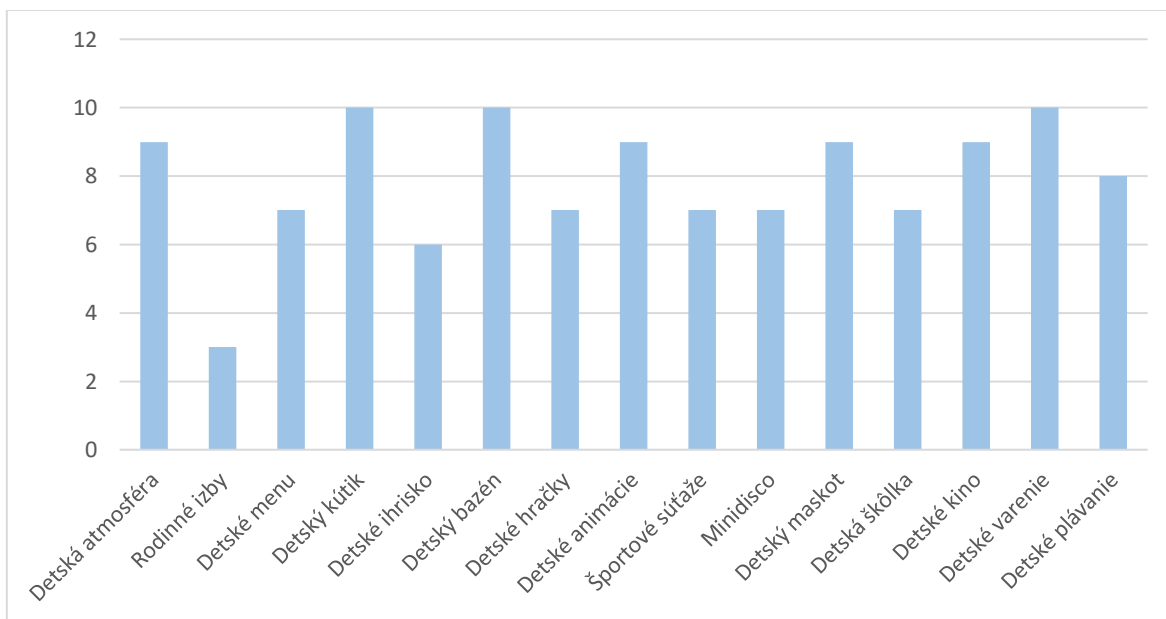
- Priestranné rodinné izby,
- detské menu,
- prebaľovacia miestnosť v detskom kútiku,
- detské masáže,
- dostatok aktivít mimo hotela,
- vlastné klzisko,
- športové súťaže mnohých druhov (volejbal, tenis, cyklistika, lyžiarske aj hokejové súťaže s vlastnými dresmi na požičanie),
- detský maskot s vlastným príbehom,
- inštruktori rôznych športov,
- detské varenie.

Nevýhody

- Nedostatočná detská atmosféra,
- v ponuke iba 9 rodinných izieb,
- slabý výber detských jedál počas raňajok a večerí,
- slabý detský kútik,
- neexistencia herne,
- jeden detský bazén pre deti aj dospelých,
- nedostatok detského vybavenia v bazéne,
- detské animácie a programy nepravidelne,
- neexistencia detskej škôlky, detského kina a detského plávania.

Hotel Sitno

Graf č. 7: Hodnotenie vybavenosti hotela Sitno pre detskú klientelu



Zdroj: vlastné spracovanie

Výhody

- Detská atmosféra,
- rodinné izby aj apartmány,
- aktuálne prerábanie izieb,
- dvojposchodový detský kútik,
- priestranný detský kútik,
- detská herňa, game zóna,
- detská knižnica,
- detský aquapark s toboganmi,
- animačné programy,
- maskoty s vlastným merchom, koncertami a vystúpeniami,
- kreatívny animačný tím,
- umelecké dielne,
- zmenšená verzia klasickej kinosály s pukancami,
- opatrovateľská služba,
- detské varenie vo vlastnej detskej kuchyni,
- detské plávanie.

Nevýhody

- Staré izby,
- nefunkčná klíma na izbách,
- nedostatočný výber jedál pre intolerantných,
- menšie detské ihrisko,
- nepravidelné športové súťaže,
- studená voda v detskom bazéne,
- nepravidelná minidisco.

Graf č. 8: Komparácia najlepších baby-friendly hotelov na Slovensku v % podľa ich vybavenosti pre detskú klientelu



Zdroj: vlastné spracovanie

Ako môžeme vidieť na grafe, najlepšie sa umiestnil hotel Sitno s jeho silnou zameranosťou na detskú klientelu. Najväčšie prednosti hotela boli najmä detský aquapark, detský kútik a hlavne vypracované detské miestnosti na rôznorodé aktivity a programy. Druhý sa umiestnil Wellness hotel Chopok, ktorý poľavil práve na detskej vybavenosti hotela. Či už je to málo detských hračiek, detský bazén iba pre bábätká alebo malý priestor v detskom kútiku. Na treťom mieste sa umiestnil Grand hotel Permon a na poslednom hotel Salamandra. Oba tieto hotely mali oproti prvým dvom málo animácií a programov pre deti a celkovo slabšiu detskú atmosféru. Je však nutné povedať, že všetky skúmané hotely, ktoré sa umiestnili na druhom, treťom a štvrtom mieste majú veľký potenciál byť lepšími. Ak sa pozrieme na recenzie jednotlivých hotelov môžeme zistiť, že práve hotel Sitno sa považuje ako klasický hotel z týchto všetkých skúmaných za najhorší. Hodnotenie klientov je najhoršie, avšak musíme podotknúť, že klienti hodnotia na recenziách hotel ako klasický a nie detský. Nikto však podrobnejšie neskúma iba detskú stránku hotela, a preto sa podľa tohto hodnotenia umiestnil najlepšie.

3.1.1 SWOT analýza slovenských baby-friendly hotelov

Tabuľka č. 3: SWOT analýza slovenských baby-friendly hotelov

Silné stránky	Slabé stránky
rodinná atmosféra	málo hotelov na Slovensku
kvalifikovaná pracovná sila	absencia programov viackrát do týždňa
vysoký dopyt	málo pracovníkov v animačných tímoch
výborný potenciál	slabá propagácia
	málo pozornosti deťom v cestovnom ruchu
	málo financií
Príležitosti	Hrozby
jednoduchšie finančné podmienky	finančná kríza
nové inovácie v hotelierstve	pandémia
zmena správania zákazníkov	strata dodávateľov
zníženie inflácie	inflácia

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka nám ukazuje, že slovenské hotely majú veľa plusov aj mínusov. Veľké plus je ich rodinná atmosféra, ktorá je ich najsilnejšia stránka a zákazníci si podľa recenzií veľmi vážia túto kategóriu. Silnou stránkou je aj kvalifikovaná pracovná sila, hlavne čo sa týka animačných tímov, ktoré sú vždy pripravené zabaviť deti v akýchkoľvek vekových kategóriách. Nevýhoda je však, že pracujú dlhšie iba cez víkendy alebo cez sviatky a bolo by dobré, keby vedeli deti zabaviť v akýkoľvek všedný deň. Ďalšia z nevýhod je, že na Slovensku je málo takýchto hotelov oproti iným krajinám a taktiež sa o detských hoteloch na Slovensku málo hovorí, čo potvrdil aj odborník p. Martin Siblík z hotela Sitno. Ďalšou nevýhodou, ktorú sme sa dozvedeli od p. Siblíka je, že to bolo finančne veľmi náročné začať orientovať hotel na detskú klientelu a certifikáciu získali až na druhý pokus. Príležitosti, ktoré pomôžu hotelom môžu byť nové inovácie, ktoré hotelom zjednodušia prácu, ale aj zmiernenie finančných podmienok pre ich certifikáciu, ktoré by zvýšili záujem o založenie takéhoto hotela. Hrozby, ktoré naopak znepríjemnia chod hotela je napríklad spomínaná pandémia, ktorá podľa p. Siblíka úplne zastavila cestovanie a pripravila tak množstvo ľudí o prácu v hoteli Sitno.

3.2 Návrhy a odporúčania pre slovenské hotely

Čo sa týka baby-friendly hotelov na Slovensku, je tu pomerne dosť vecí, ktoré je potrebné zlepšiť. Podľa môjho názoru sú hotely pomerne dobre vybudované na slovenské pomery, ale ak sa pozrieme do zahraničia, nájdeme oveľa prepracovanejšie koncepty detských hotelov a ich fungovanie. Tak isto sme sa dozvedeli aj od odborníka z praxe, ktorý nám poskytol informáciu, že aj hotel Sitno čerpal nápady zo zahraničia, presnejšie z Thajska.

Viac baby-friendly hotelov

Viac hotelov znamená aj väčšiu konkurenciu, čím by sa hotely snažili viac a vymýšľali by stále nové veci, aby sa tak odlišili od iných. Tak isto by rodiny s deťmi mali na výber z viacerých rôznych hotelov podľa ich vkusu a tiež by to prilákalo viac zahraničných turistov.

Profesionálne zaučenie v prípade certifikácie

Ako sme sa dozvedeli v teórii, na Slovensku existuje certifikácia hotelov pre deti, čo v každej krajine nenájdeme, takže na Slovensku vieme s istotou nájsť hotely, ktoré sa naozaj venujú detskej klientele. Je to výborný štart pre krajinu, avšak ak sa pozrieme napríklad do Turecka, ktoré sa v rámci detských hotelov venuje okrem certifikácií aj doplnujúcim vedomostiam, zistíme, že krajina môže vynikať ešte viac. V Turecku sa Medzinárodné detské centrum venuje nie len detským hotelom, ale celkovo aj detskému cestovnému ruchu. V rámci svojich projektov organizuje školenia, veľké konferencie a vzdelávacie moduly, kde dokonale vyškolia personál hotela, aby bol čo najviac pripravený na prácu s deťmi (Cocuk dost turizm, 2016). Je to výborný obraz, ako inšpirovať Slovensko k niečomu väčšiemu ako iba certifikácií. Takýto plán by znamenal úplnú profesionalitu personálu. Tieto školenia a konferencie by ani nemuseli byť nejako príliš finančne náročné, keďže žijeme vo svete plnom inovácií a veľká časť populácie je naučená orientovať sa v online priestore.

Lokalizácia

Taktiež je veľmi dôležitá lokalizácia hotela. Hotel je často iba akási pridaná hodnota k dovolenke. To, aby bol hotel situovaný pri výnimočnej pamiatke alebo atrakcii je veľmi dôležité, pretože to priláka oveľa viac klientov. Hotel by sa mohol nachádzať

napríklad pri aquaparku, zoologickej záhrade, lyžiarskom stredisku, zámku, hrade či jazere. Najlákavejšia lokalizácia je na Slovensku pravdepodobne v Tatrách, kde sa deti vedia vyjašiť v aquaparku, naučiť sa rôzne športy ako lyžovanie alebo bicyklovanie, tráviť čas v prírode a spoznávať jej krásu. Dokazuje to aj fakt, že veľa baby-friendly hotelov je práve vo Vysokých a Nízkych Tatrách. Ak by hotel nebol situovaný pri významných miestach, je tu príležitosť, aby hotel sám o sebe vedel zaujať natoľko, že rodiny s deťmi nebudú mať potrebu ísť mimo areál. Inšpiráciu sme našli v jednom z najlepších tureckých baby-friendly hotelov. Hotel Granada luxury Belek spĺňa všetky skúmané kategórie na 100 % a poskytuje oveľa viac služieb a aktivít pre deti ako všetky skúmané hotely na Slovensku dohromady. Celý hotel je postavený ako rozprávkový palác s obrovským areálom. Nachádza sa tu vonkajší aquapark s veľkými toboganmi a veľký lunapark s kolotočmi. Ak by sa na Slovensku postavil hotel s veľkým areálom, s množstvom aktivít a atrakcií, ľudia by nepotrebovali aktivity mimo hotela a bolo by úplne jedno, kde sa hotel nachádza.

Animačné programy a personál

Ako sme mohli vidieť vo väčšine slovenských hoteloch sú animačné programy pripravované iba cez víkendy či prázdniny. Je to veľká chyba, pretože ak chcú v dnešnej dobe rodiny s deťmi ušetriť, výhodnejšie ich to vyjde ak vycestujú cez klasický týždeň. Avšak ak by ich návšteva mala byť ukrátená o detské programy, je dosť pravdepodobné, že si to rozmyslia. Kvalitné detské hotely by mali byť 100 % pripravené na detskú klientelu v ktorýkoľvek deň, takže ďalším návrhom bude zavedenie animačného programu každý deň. S čím súvisí aj viac zamestnancov, ktorí v hoteloch chýbajú.

Detské vybavenie

Tiež sme si mohli všimnúť, že vybavenie pre deti je v každom hoteli podobné a žiadny z nich nevyniká svojou originalitou. Ukážkový baby-friendly hotel by mal lákať rodiny s deťmi a odlišovať sa čo najviac od svojej konkurencie, mal by ponúkať plno detských potrieb, ktoré si mamičky v zhone nestihnú zabaliť, a preto ich hotel poskytne zadarmo, poprípade za príplatok. Detské vybavenie by nemalo byť iba o detských stoličkách a postieľkach. Mal by ponúkať hračky do postieľky alebo vaničky, plienky, vlhčené obrúsky, detské zubné kefky, detské mlieka, detské plyšáky, detské maľovanky, detské rozprávky a uspávkanky na izbu, ktoré by mohli byť pre deti nahraté na USB. Taktiež by hotely mohli spolupracovať s lokálnymi obchodmi a spolupracovať na

hotelovej donáške v prípade potreby. V reštaurácií by malo mať každé dieťa detský jedálny lístok s pridanou hodnotou napríklad maľovankou, aby bolo spokojné, kým nepríde hotové jedlo.

Detská opatrovateľská služba

Detské opatrovateľky sú čoraz populárnejšie, a preto patria k hotelovým inováciám. Kým si rodičia chcú oddýchnuť, mala by byť v hoteli k dispozícii opatrovateľka, ktorá je vysoko kvalifikovaná. Vo väčšine slovenských hotelov už táto služba funguje, avšak mohla by byť obohatená o celodenné programy. Opatrovateľka by pripravila itinerár detského programu na celý deň, ktorý by poskytla rodičom, aby vedeli, kde je ich dieťa v danú hodinu.

Orientácia na všetky vekové kategórie

Ďalším bodom je orientácia hotela na vekové kategórie detí. Netreba zabúdať na staršie deti. Vo väčšine hotelov je zaužívané, že sa orientujú na menšie deti, no je dôležité zabaviť všetky kategórie, a to spravidla do 18 rokov. Či už sú to športové aktivity, bazény pre väčšie deti s možnosťou potápania a toboganov, hracie konzoly v herni, ale aj programy a kiná pre starších. V zahraničí sa dá bežne stretnúť s hotelmi, ktoré organizujú diskotéky pre starších s kvalitným DJom. Možnosťou je aj virtuálna realita, v ktorej si môžu vyskúšať rôzne adrenalínové športy alebo navštíviť opustené budovy.

Odporúčanie od odborníka z praxe

Odborník z hotela odporučil začínajúcim hotelom, aby to s deťmi brali vážne. Aby nebrali na ľahkú váhu prácu s deťmi. Deti sú dôležitá a náročná klientela, o ktorú sa treba starať, a preto každú jednu vec treba pre deti starostlivo pripravovať.

Záver

Hoteliérstvo zamerané na detskú klientelu je pomerne málo riešená téma na Slovensku, a knihy sa jej venujú skôr v zahraničí. Slovensko je v oblasti cestovného ruchu, presnejšie v príjazdovom cestovnom ruchu slabá krajina. Má však výborný potenciál byť lákavou krajinou pre zahraničných turistov. Slovensko má výbornú polohu hlavného mesta, ktoré sa nachádza aj v blízkosti hlavného mesta Rakúska. Táto vzdialenosť je zaujímavá pre turistov, ktorí majú možnosť preskúmať dve krajiny počas jednej cesty. Prírodné podmienky má Slovensko taktiež veľmi lákavé, avšak málo propagované. Práve kvôli potenciálu, ktorý má Slovensko je nesmierne dôležité, aby sa rozvíjalo, modernizovalo a otváralo pre zahraničných turistov zo vzdialenejších krajín. Aby sme zistili, čo najviac pomôže rozvíjať baby-friendly hotely, museli sme si najprv doplniť poznatky zo Slovenska aj zahraničia na danú tému.

Po doplnení teoretických poznatkov sme analyzovali a následne využili komparáciu najlepších slovenských baby-friendly hotelov, kde sme zistili, že hotely majú dostatočný potenciál byť kvalitnými hotelmi pre deti, ale taktiež je nutné, aby sa na tom viac pracovalo, a aby sa tak znásobil ich potenciál. K lepšiemu pochopeniu skutočností nám pomohol profesionál z praxe, ktorý nám poskytol náhľad do skutočného fungovania a problémov vedenia baby-friendly hotelov.

SWOT analýzou sme zistili, že hotely majú dostatočne silné stránky na to, aby sa mali kam hýbať, ale aj slabé stránky, ktoré vďaka analýze môžeme do budúcnosti eliminovať. Taktiež sme si ukázali príležitosti a ohrozenia, aby sme vedeli s čím ďalej pracovať a naopak čomu sa vyhnúť.

Vďaka všetkým nahromadeným poznatkom sme dokázali rozpoznať, čo v hoteloch chýba, a kam má smerovať ich vývoj. Všetky dôležité pripomienky sme spísali do návrhov a odporúčaní, kde sme si dali záležať na tom, aby to najdôležitejšie v čom Slovensko zaostáva za zahraničnými hotelmi bolo spomenuté, a znázornili, ako by mohli tieto slovenské baby-friendly hotely v blízkej budúcnosti vyzeráť.

Zoznam použitej literatúry

Tlačené knihy, monografie, vedecko-kvalifikačné práce

- ANDERSON, Kristian - KERR, Carol. *Customer relationship management*. United States of America : Copyright, 2002. 164 p. ISBN 0-07-137954-1.
- BUTTLE, Francis - MAKLAN, Stan. *Customer relationship management : Concepts and technologies*, 4. ed. New York : Routledge, 2019. 468 p. ISBN 978-135-10-1653-7.
- CARR, Neil. *Children's and families' holiday experiences*. 1. ed. London : Routledge, 2011. 216 p. ISBN 978-02-0383-261-5.
- DECROP, Alain. *Vacation decision making*. 1. ed. Oxfordshire : Cabi, 2006. 250 p. ISBN 978-18-4593-041-7.
- GÜVEN, O et al. *Çocuk dostu otel kavramı üzerine bir araştırma : 3. Turizm Surasi*, Ankara : İsmet İnönü bulvarı, 2017. 17 s. ISBN 978-975-17-3949-0.
- KITA, Jaroslav a kol. *Marketing*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2017. 415 s. ISBN 978-80-8168-550-7.
- LOYTÄNÄ, Janne - KORTESUO, Katleena. *Asiakaskokemus : palvelubisneksestä kokemusbisnekseen*. Helsinki : Talentum, 2011. 232 p. ISBN 978-952-141611-8.
- MARIANNI, M. Marcelo et al., *Tourism management , marketing and development*. 1. ed. New York : Palgrave Macmillan, 2014. 261 p. ISBN 978-1-349-47471-4.
- MCCABE, Scott - MINNAERT, Lynn - DIEKMANN, Anya. *Social Tourism in Europe : Theory and practice*, 1 ed. UK : Channel View, 2011. 216 p. ISBN 978-1-84541-232-6.
- MUHARREM, Tuniak et al. *Cocuk dostu otel kavramı üzerine bir araştırma : 3. Turizm Surasi*, Ankara : İsmet İnönü bulvarı, 2017. 17 p. ISBN 978-975-17-3949-0.
- NOVÁČKA, Ludmila a kol. *Cestovný ruch, technika služieb, delegát a sprievodca*. vyd. Bratislava: vydavateľstvo Ekonóm, 2010. 472 s. ISBN 978-80-225-2982-2.
- PAGE, J. Stephen. *Tourism management*. 6. vyd. New York : Routledge, 2019. 528 p. ISBN 978-1-138-39115-4
- PINTO, Patrícia- GUERREIRO, Manuela. *Handbook of research on resident and tourist perspectives on travel destinations*. Hershey : IGI Global, 2020. 529 p. ISBN 978-1-7998-3156-3.

Elektronické dokumenty

- BRADLEY, Kacey. *Five Different Ways Hotels Can Work to Boost the Local Economy* [elektronický zdroj]. [2019], online. [cit. 2022-12-17]. Dostupné na: <<https://www.greenlodgingnews.com/five-ways-hotels-can-work-to-boost-the-local-economy/>>
- CK SATUR. *TOP rodinné hotely na Slovensku*. [elektronický zdroj]. [2020], online. [cit. 2022-12-30]. Dostupné na: <<https://www.satur.sk/blog/top-rodinne-hotely-na-slovensku/>>
- COCUK DOSTU TURIZM. *Uluslararası Çocuk Merkezi* [elektronický zdroj]. [2020], online. [cit. 2023-03-04]. Dostupné na: <<http://cocukdostuturizm.org/uluslararasi-cocuk-merkezi>>
- CONDOR FERRIES. *Family travel statistics 2020-2021* [elektronický zdroj]. [2014], online. [cit. 2022-12-21]. Dostupné na: <[60+ Family Travel Statistics & Trends \(2020-2021\) \(condorferries.co.uk\)](https://condorferries.co.uk/60-Family-Travel-Statistics-Trends-2020-2021)>
- EXPEDIA. *Kid & family friendly resorts in Slovakia* [elektronický zdroj]. [2023], online. [cit. 2022-01-30]. Dostupné na: <<https://www.expedia.com/Destinations-In-Slovakia-Family-Hotel.0-0-d162-tFamilyHotel.Hotel-Filter-Destinations>>
- EXPEDIA. *The family that plans together, plays together : 83% of travelers plan trips together as a family* [elektronický zdroj]. [2019], online. [cit. 2022-12-21]. Dostupné na: <<https://advertising.expedia.com/about/press-releases/the-family-that-plans-together-plays-together-83-of-travelers-plan-trips-together-as-a-family/>>
- GRANADA LUXURY BELEK. [elektronický zdroj]. [2022], online. [cit. 2023-03-24]. Dostupné na: <https://www.granada.com.tr/luxury-belek?gclid=Cj0KCQjwocShBhCOARIsAFVYq0jg-A3unLEuMhWSaSOZj70pgZ3o9s8Rn2i6oulxzPi8THD7K7HndckaAha2EALw_wcB>
- HOLLANDER, Jordan. *The ultimate guide to virtual reality hotel tours and digital twins* [elektronický zdroj]. [2022], online. [cit. 2022-10-5]. Dostupné na: <<https://hoteltechreport.com/news/virtual-hotel-tours>>
- IGI GLOBAL. *Dictionary Search: What is child-friendly hotel* [elektronický zdroj]. [2022], online. [cit. 2022-12-15]. Dostupné na: <<https://www.igi-global.com/dictionary/a-content-analysis-on-child-friendly-hotels-as-an-emerging-concept-in-tourism-marketing/88790?fbclid=IwAR0lz0tYLocCFYjcbnrZKC61k5A-epu6G2txZqUiviAUwbXcKDPwX8td7uY>>

- INDROVÁ, Jarmila a kol. *Cestovní ruch pro všechny* [elektronický zdroj]. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. 90 s. ISBN 978-80-7399-407-05. Dostupné na: <https://www.mmr.cz/getmedia/4fa1846e-ee0c-40d7-ae2e-a43007314a2e/GetFile14_1.pdf>
- JULIEN, Izot. *The Best Vacations for Kids at Every Age: A Trip Guide for Parents* [elektronický zdroj]. [2021], online. [cit. 2022-12-22]. Dostupné na: <<https://www.cntraveler.com/story/18-summers-the-ultimate-guide-to-not-wasting-a-single-vacation-with-your-kids>>
- MANDICH, Monya. *What today's travelers want in their accommodations* [elektronický zdroj]. [2020], online. [cit. 2022-12-10]. Dostupné na: <<https://advertising.expedia.com/blog/research/what-todays-travelers-want-in-their-accommodations/>>
- MÉNDEZ, Marisa. *7 Ways hotels are changing because of the Coronavirus : COVID-19 changed the guest hotel experience forever. Here's what to expect on your next visit* [elektronický zdroj]. [2021], online. [cit. 2022-10-1]. Dostupné na: <<https://travel.usnews.com/features/7-ways-hotels-are-changing-because-of-the-coronavirus>>
- NESTOR, Gilbert. *109 Hospitality statistics you must know : 2023 data analysis & market share* [elektronický zdroj]. [2022], online. [cit. 2022-11-24]. Dostupné na: <<https://financesonline.com/hospitality-statistics/>>
- OSERVATORIO NAZIONALE TURISMO. *Oservatorio sul turismo giovanile* [elektronický zdroj]. [2014], online. 45s. [cit. 2022-12-21]. Dostupné na: <<https://www.childrenstour.it/wp-content/uploads/2015/02/Osservatorio-Nazionale-Turismo-Giovanile-2014.pdf>>
- ÖZTÜRK, Ilker - ATASOY, Fuat - ARIKAN, V. *Antalya'daki dostu Niteliğindeki otellerin çocuklu ailelere sunduğu rekreasyon faaliyetleri ve Imkânlarına Yönelik bir değerlendirme : Sivas interdisipliner turizm araştırmaları dergisi* [elektronický zdroj]. [2018], online. 7 p. [cit. 2022-12-25]. Dostupné na: <<http://sita.cumhuriyet.edu.tr/en/download/article-file/601528>>
- PODBANSKE REZORT. *Grand hotel Permon*. [elektronický zdroj]. Košice : Bart, [2017], online. [cit. 2023-02-18]. Dostupné na: <<https://www.podbanskeresort.sk/grand-hotel-permon/>>

- RECENZIE HOTELOV. *Grand hotel Permon*. [elektronický zdroj]. Svätý Jur, [2023], online. [cit. 2023-02-23]. Dostupné na: <<https://www.recenzie-hotelov.sk/recenzie/slovensko/vysoke-tatry/podbanske/grand-hotel-permon/>>
- RECENZIE HOTELOV. *Hotel Salamandra*. [elektronický zdroj]. Svätý Jur, [2023], online. [cit. 2022-02-05]. Dostupné na: <https://www.recenzie-hotelov.sk/recenzie/slovensko/banskobystricky-kraj/hodrusa-hamre/hotel-salamandra/>
- RECENZIE HOTELOV. *Hotel Sitno*. [elektronický zdroj]. Svätý Jur, [2023], online. [cit. 2023-02-23]. Dostupné na: <<https://www.recenzie-hotelov.sk/recenzie/slovensko/banskobystricky-kraj/vyhne/hotel-sitno/>>
- RECENZIE HOTELOV. *Wellness hotel Chopok*. [elektronický zdroj]. Svätý Jur, [2023], online. [cit. 2023-02-23]. Dostupné na: <<https://www.recenzie-hotelov.sk/recenzie/slovensko/nizke-tatry/demanovska-dolina-jasna/wellness-hotel-chopok/>>
- RELIABLE WATER SERVICES. *How to run a family-friendly hotel (and why you should)* [elektronický zdroj]. [2018], online. [cit. 2022-12-18]. Dostupné na: <<https://reliablewater247.com/how-to-run-a-family-friendly-hotel/?fbclid=IwAR3guwAhps-0O4ORM5J2nO-SEAE674maqZg-V7Nd14WIsHXbcTvnJdoYKQ>>
- SALAMANDRA RESORT HOTEL. [elektronický zdroj]. Premium star hotels, [2020], online. [cit. 2023-01-28]. Dostupné na: <<https://salamandra.sk/hotelove-sluzby/detsky-svet/popis/>>
- SCHOLZ, P. a kol. *Studia turistica* [elektronický zdroj]. Jihlava : College of Polytechnics, 2018. 140 s. Dostupné na: <<https://sekarl.euba.sk/ar-leu/sk/csg/?repo=eurepo&key=65450449516>>
- SITNO FOREST RESORT. [elektronický zdroj]. Ekora plus, [2022], online. [cit. 2023-01-22]. Dostupné na: <https://hotelsitno.sk/?gclid=Cj0KCQjwocShBhCOARIsAFVYq0hUpd_V20FAss4c9Es7O2yE_IuQhiP4cvhgTlpNgj7HA2HefxBqIWQaAo2bEALw_wcB>
- STATISTA. *Countries with the highest number of international tourist arrivals worldwide from 2019 to 2021* [elektronický zdroj]. [2023], online. [cit. 2022-02-15]. Dostupné na: <<https://www.statista.com/statistics/261726/countries-ranked-by-number-of-international-tourist-arrivals/>>

- STATISTA. *Hotel industry worldwide - statistics & facts* [elektronický zdroj]. [2022], online. [cit. 2022-12-15]. Dostupné na:
<<https://www.statista.com/topics/1102/hotels/#topicOverview>>
- STATISTA. *Leading hotel companies worldwide as of September 2021, by number of properties* [elektronický zdroj]. [2022], online. [cit. 2022-12-15]. Dostupné na:
<<https://www.statista.com/statistics/197869/us-hotel-companies-by-number-of-properties-worldwide/>>
- ŠSTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY. *Cestovný ruch : Ubytovacie zariadenia cestovného ruchu* [elektronický zdroj]. [2022], online. [cit. 2022-11-24]. Dostupné na:
<https://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/themes/sectoral/tourism/metadata!/ut/p/z0/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8ziw3wCLJycDB0N3M1DDA08_fyCQ8MsAo39PYz1C7IdFQG00IhH/>
- TRAVELGUIDE. *Baby friendly hotely na Slovensku* [elektronický zdroj]. [2023], online. [cit. 2023-01-20]. Dostupné na:
<<https://www.travelguide.sk/svk/ubytovanie/?hotely=1&lfCharacter=77&listPage=2>>
- UBYTUJ SA. *Oddychujte s vašimi deťmi na dovolenke bez obmedzení* [elektronický zdroj]. [2023], online. [cit. 2022-12-30]. Dostupné na:
<<https://www.ubytujsa.sk/ubytoviny/ubytovanie-regiony/oddychujte-vasimi-detmi-dovolenke-bez-obmedzeni>>
- ÚNIA MATERSKÝCH CENTIER. *Zariadenia priateľské k deťom a rodinám* [elektronický zdroj]. [2015], online. [cit. 2022-12-30]. Dostupné na:
<https://www.materskecentra.sk/uplfile/vstupke/katalog_2015_a5.pdf>
- WELLNESS HOTEL CHOPOK. [elektronický zdroj]. [2017], online. [cit. 2023-02-30]. Dostupné na: <<https://www.hotelchopok.sk/>>
- WORLD ECONOMIC FORUM. *Travel & Tourism Development Index 2021 : Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future*. World economic forum [elektronický zdroj]. Geneva, [2022], online. 91 p. [cit. 2022-12-21]. Dostupné na:
<https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf?fbclid=IwAR2kqc1tik5feCXB6KVx_yNDXS1o2h08QmmPmeKukR757aBJfvis6bVdMg>
- WORLD TOURISM ORGANISATION. *Framework convention on tourism ethics* [elektronický zdroj]. 1. ed. Madrid : World Tourism Organization (UNWTO), 2020. 32 p. ISBN 978-92-844-2167-1. Dostupné na: <<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421671>>

- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). *World, transformed : Megatrends and their implications for travel & tourism* [elektronický zdroj]. [2019], online. 15 p. [cit. 2022-11-21]. Dostupné na:
<<https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/World%20Transformed-Megatrends%20and%20their%20Implications%20for%20Travel%20and%20Tourism-Jan%202019.pdf?ver=2021-02-25-182733-437>>

Články v elektronických časopisech

- ILIEV, Dejan. Consumption, motivation, and experience in dark tourism: A conceptual and critical analysis. *Tourism Geographies* [online]. Girona: Routledge, 11.09. 2019, vol. 23, p. 963-984. DOI: [10.1080/14616688.2020.1722215](https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1722215)
- KLUIN, Y. Juyeon - LETHO, Y. Xinran. Measuring family reunion travel motivations. In *Elsevier : Annals of tourism research* [online]. Velká Británie, 04.01. 2012, vol. 39, p. 820-841. Dostupné na: <<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.09.008>>
- MCMAHON, Aisling. Five reflective touchstones to foster supervisor humility: The Clinical Supervisor. *Taylor & Francis Online* [online]. Routledge, 07.02. 2020, vol. 39, p. 178-198. 2020. Dostupné na: <<https://doi.org/10.1080/07325223.2020.1827332>>
- PORIA, Y., & TIMOTHY, D. J. Where are the children in tourism research? [online]. In *Elsevier : Annals of tourism research*. Arizona, 07.01. 2014, vol. 47, p. 93-95. Dostupné na: <<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.03.002>>
- WINNIE, P. WONG. The Effects of Website Quality on Customer e-Loyalty: The Mediating Effect of Trustworthiness. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* [online]. Malaysia : Hrmars, 03.01. 2014, vol. 4, no 3., p. 19-41. ISSN: 2222-6990. DOI: 10.6007/IJARBS/v4-i3/670